

商品サンプリングについての意識調査

サンプルがきっかけで商品を購入したことがある 69%

【調査結果サマリー】

1. サンプルがきっかけで実際の商品を購入したことがある 69%、「美容関連商品」を購入 73%
2. サンプルをもらうまで購入商品が知らなかった 60%
3. サンプルがきっかけで購入した商品をリピートした 79%



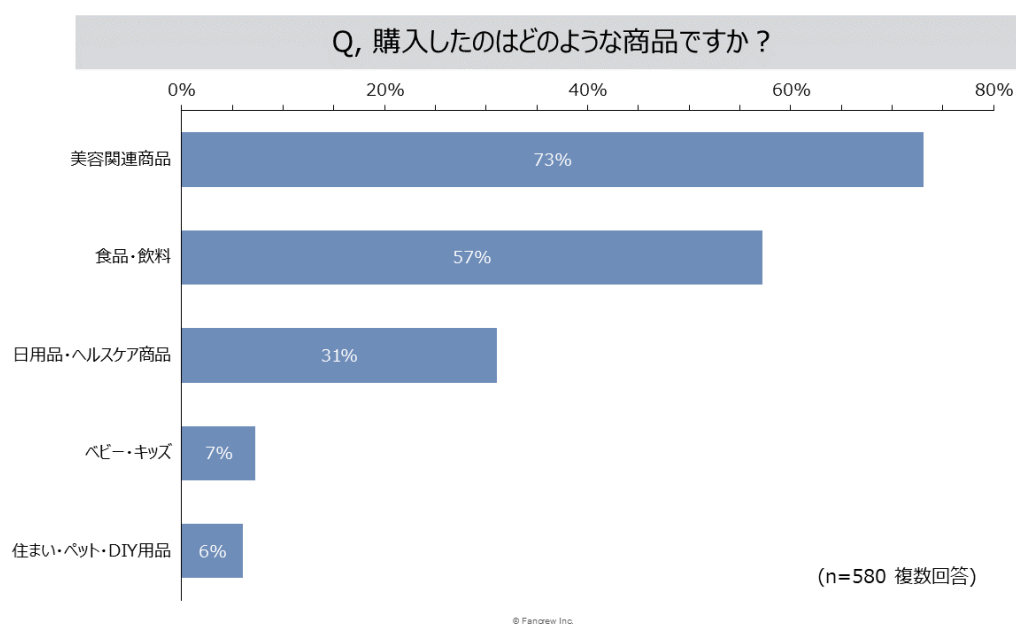
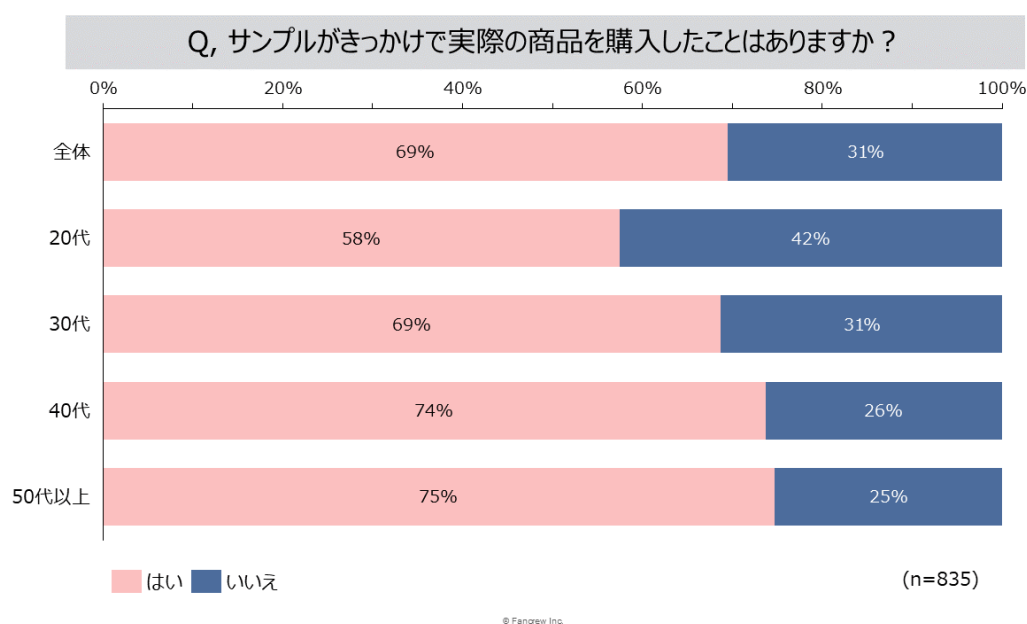
日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は商品のサンプリングについて、サンプルがきっかけで商品を購入した経験の有無や、その商品をリピートしたかなどを「ファンくる」会員 1,006 名（男性 195 名、女性 811 名）に調査を実施しました。

サンプルをもらったことがきっかけで実際の商品を購入したことがある方は 69%でした。年代別にみると、年代が上がるほど実際に購入したことがある方が多く、50 代以上では 75%がサンプルをきっかけに商品を購入した経験があるようです。実際に購入した商品は

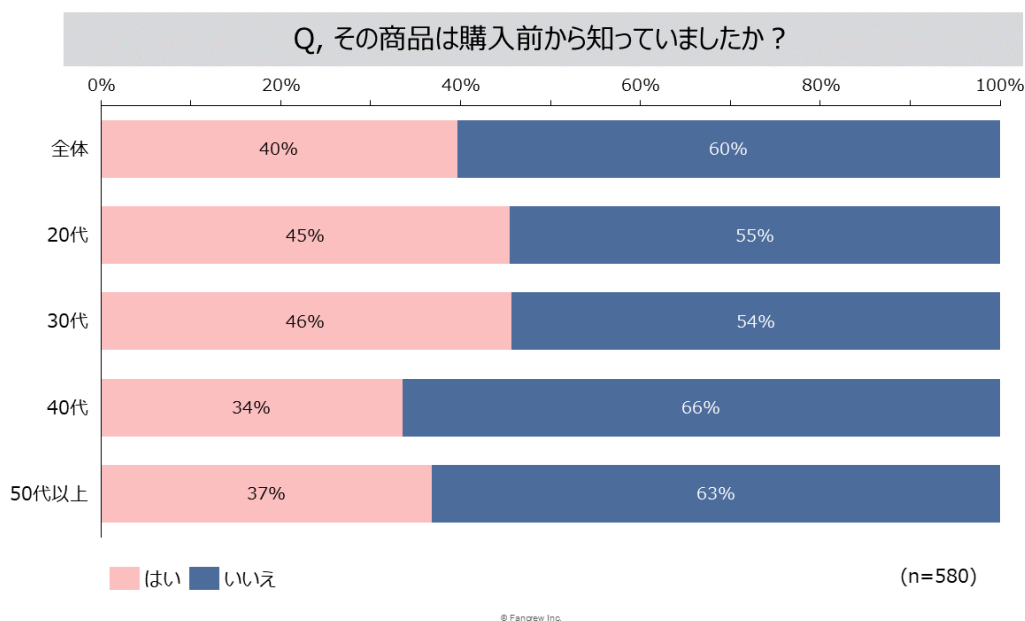
「美容関連商品」が73%と最も多く、次いで「食品・飲料」が57%となりました。購入した商品について、以前から知っていた方は40%と、過半数がサンプルをきっかけに商品を知ったようです。サンプルがきっかけで購入した商品をリピートした方は79%でした。

【調査結果】

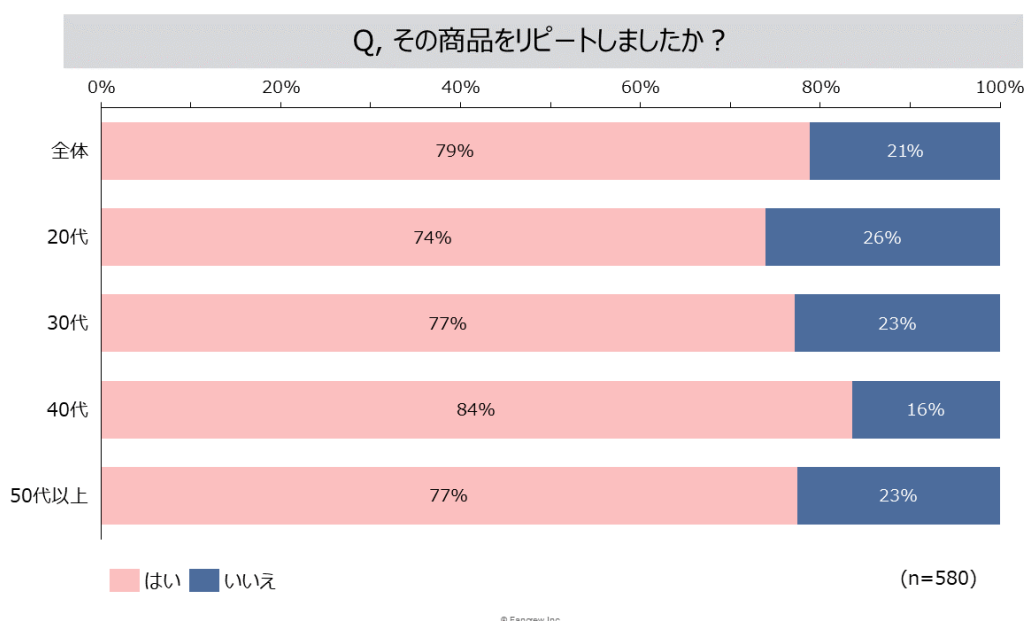
1. サンプルがきっかけで実際の商品を購入したことがある69%、「美容関連商品」を購入73%



2. サンプルをもらうまで購入商品をしらなかつた 60%



3. サンプルがきっかけで購入した商品をリピートした 79%



本調査ではこれ以外にサンプルをもらったきっかけや、商品ジャンル別のサンプルを試す割合など全 16 問で回答を得て、年代別、職業別、居住地域別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 140 万人のユーザー

回答者数：1,006 名（男性 195 名、女性 811 名）

調査時期：2024 年 5 月 23 日～5 月 27 日

調査項目：商品のサンプリングについての意識調査

設問数：16

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験（CX）マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化（特許取得済）し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験（CX）全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>

■事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）